

HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUASAN PELANGGAN PT. TAMAN KAMPUNG ARTIS RENTAL BROADCASTING EQUIPMENT DAN SHOOTING LOCATION

Tuty Mutiah

Dosen Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika
Jl. Kayu Jati V, No. 2 Rawamangun
mutiaheldumyati@gmail.com

Abstract - His study aimed to analyze the relationship Quality of Service and Quality of Products With Customer Satisfaction PT. Taman Kampong Artist Rental Broadcasting Equipment and Shooting Location. This research was carried out in different places to get the respondent. While the product quality is the ability of a product to meet and satisfy the needs of a customer who is buying or using goods or services. In this study using the method of quantitative research. A questionnaires distributed to 34 customers PT. Taman Kampong Artist (PT. TKA) known as the Hometown of the artist, is an Entertainment that is committed and consistently to be the most comprehensive in Indonesia. Results of the study showed that the quality of service and product quality are jointly able to explain the relationship of customer satisfaction just of 0.049 or very low. And the rest is affected by other variables not examined.

Keywords: quality of service, product quality, Customer Satifaction, PT. Taman Kampong Artis Rental Broadcasting Equipment Dan Shooting Location

I. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha khususnya industri *rental broadcasting equipment dan shooting location* menunjukkan suatu kemajuan yang luar biasa. Pada era globalisasi seperti saat ini industri jasa merupakan sektor ekonomi yang sangat besar dan tumbuh dengan pesat. Strategi dengan mengedepankan fasilitas *broadcasting equipment dan shooting location* seperti *equipment* dalam kondisi bagus dan *shooting location* seperti rumah mewah, rumah minimalis, rumah sederhana, sekolahan, kafe, hotel, taman, restoran, bar dan masih banyak lagi.

Dengan adanya persaingan antara perusahaan yang bergerak dalam bidang sejenis, dalam banyak hal sebenarnya akan menimbulkan dampak positif bagi perusahaan-perusahaan tersebut.

Dampak positif tersebut antara lain, perusahaan akan berlomba-lomba memberikan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang terbaik kepada konsumen sehingga konsumen dapat merasakan kepuasan setelah menggunakan jasa layanan perusahaan tersebut.

Kepuasan konsumen merupakan hasil dari perbandingan antara harapan dan kenyataan yang diterima oleh pelanggan dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Selain yang akurat juga harus diperhatikan

secara relevan serta tepat waktu juga harus diperhatikan, sehingga konsumen mau menggunakan kembali jasa *rental broadcasting equipment dan shooting location* PT. Taman Kampong Artis tersebut.

Kualitas pelayanan dan kualitas produk pada dasarnya merupakan pelayanan optimal yang diberikan petugas-petugas perusahaan yang profesional kepada pelanggan demi Kepuasan pelanggan dan disertai dengan upaya yang profesional untuk menyiapkan layanan yang memuaskan pelanggan.

Pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan perusahaan dengan apa yang mereka harapkan. Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi pelanggannya yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi itu, kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk akan memberikan Kepuasan kepada Pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, dan melihat fenomena pentingnya mempertahankan pelanggan pada era persaingan yang kian kompetitif dan ketat sekarang ini, khususnya pada industri *rental broadcasting equipment dan shooting location*, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian, yaitu **Hubungan Kualitas Pelayanan Dan**

Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pelanggan PT. Taman Kampung Artis Rental *Broadcasting Equipment Dan Shooting Location*.

II. KAJIAN LITERATUR

A. Kepuasan Pelanggan (Y)

Pentingnya kepuasan pelanggan merupakan salah satu cara untuk menempatkan perusahaan lebih unggul dari pesaing adalah dengan memberikan pelayanan yang lebih bermutu dibandingkan dengan pesaingnya. Menurut Kotler dan Keller (2007:102) mendefinisikan “kepuasan pelanggan sebagai tingkat perasaan seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara kenyataan dan harapan yang diterima sebuah produk dan jasa”.

Pelanggan yang puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, tidak terlalu memperhatikan merek pesaing, tidak terlalu sensitif terhadap harga, menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan, dan biaya pelayanannya lebih murah dibandingkan pelanggan baru karena transaksi dapat menjadi hal rutin (Kotler dan Keller, 2007:140).

Lebih lanjut Kotler (2009) menjelaskan dimensi-dimensi kepuasan pelanggan yang terdiri dari:

1. Produk : kualitas, merek, kemasan label
2. Harga : kondisi keuangan konsumen, harga pesaing, potongan harga.
3. Promosi : menghibur, efektif, atraktif, informative, professional.
4. Distribusi : Ketersediaan produk, kemudahan mencari tempat penjualan

B. Kualitas Pelayanan (X₁)

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan, menurut Goetsch dan Davis (Sentana, 2006:32). Kualitas juga didefinisikan sebagai standar yang harus dicapai oleh seseorang, kelompok, lembaga atau organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang dan jasa.

Kualitas jasa dan pelayanan yang diterima konsumen (*perceived service*

quality) diartikan oleh Zeithaml, Bitner (2001:19) sebagai perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen (*expected service*) dengan persepsi mereka (*perceived service*).

Kualitas pelayanan merupakan sebuah konsep multidimensi. Dimensi kualitas pelayanan dapat diidentifikasi melalui penelitian yang dilakukan oleh Zeithaml, Berry dan Parasuraman yang dikenal sebagai *service quality* atau biasa disebut dengan SERVQUAL (Kotler dan Keller, 2007:56), antara lain sebagai berikut :

1. *Reliability* (kehandalan)
Kemampuan menyelenggarakan jasa yang akan diandalkan, akurat dan konsisten, dengan kata lain kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama, untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
2. *Responsiveness* (daya tanggap)
Kemampuan untuk membantu atau melayani konsumen dengan cepat atau kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang responsif dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
3. *Assurance* (jaminan)
Mencakup pengetahuan, kesopanan dan pelayanan dari karyawan serta kemampuannya untuk membangun kepercayaan dan keyakinan bagi konsumen atau dapat diartikan pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
4. *Empathy* (perhatian)
Memberikan perhatian dan peduli kepada konsumen dapat juga dimaksudkan memberikan perhatian tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

5. *Tangibles* (bukti langsung)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

C. **Kualitas Produk (X_2)**

Produk didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler, 2005). Konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan inovasi yang berbeda dari produk lainnya.

Menurut Kotler and Armstrong (2012:283) arti dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

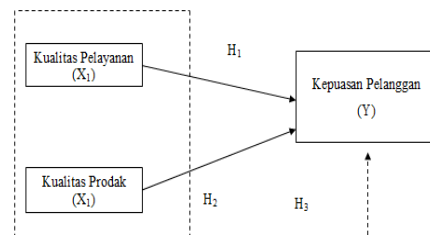
Menurut David Garvin dalam Tjiptono (1997), untuk menentukan dimensi kualitas produk, dapat melalui delapan dimensi sebagai berikut :

1. *Performance*, hal ini berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.
2. *Features*, yaitu aspek performansi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.
3. *Reliability*, hal yang berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
4. *Conformance*, hal ini berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.
5. *Durability*, yaitu suatu refleksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang.
6. *Serviceability*, yaitu karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi, kemudahan, dan akurasi

dalam memberikan layanan untuk perbaikan barang.

7. *Aesthetics*, merupakan karakteristik yang bersifat subyektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual.
8. *Perceived quality*, konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk. Namun demikian, biasanya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung.

Kerangka Berpikir



Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus dilakukan pengujiannya, hipotesis ini dimaksud untuk memberikan arah bagi analisis penelitian. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini meliputi sebagai berikut :

- H_1 : Kualitas Pelayanan mempengaruhi terhadap Kepuasan Pelanggan.
- H_2 : Kualitas Produk mempengaruhi terhadap Kepuasan Pelanggan.
- H_3 : Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

III. Metode Penelitian

Populasi

Menurut Sugiyono (2012:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk diteliti dan dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah pelanggan PT. Taman Kampung Artis yang menyewa pada bulan Januari 2015 hingga Desember 2015.

Sampel

Menurut Sugiyono (2012:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel sangat tergantung kepada:

1. Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana
2. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data.
3. Besar kecil resiko yang ditanggung oleh peneliti.

Berdasarkan informasi yang diperoleh peneliti, jumlah pelanggan PT. Taman Kampung Artis Rental Broadcasting Equipment Dan Shooting Location adalah 34 pelanggan pada bulan Januari 2015 hingga Desember 2015.

Karna jumlah populasi sampel tidak banyak maka penulis tidak menggunakan sampel dalam penelitian, tetapi menggunakan seluruh anggota populasi dari para pelanggan PT. Taman Kampung Artis Rental Broadcasting Equipment Dan Shooting Location.

Uji Instrumen Penelitian

A. Uji Validitas

Menurut Juliansyah (2010:132) Validitas atau keabsahan adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Responden uji coba diusahakan memiliki karakteristik yang sama dengan pengambilan data yang sesungguhnya. Dalam penelitian ini digunakan 34 responden untuk menguji keabsahan instrumen penelitian.

Adapun teknik korelasi yang biasanya dipakai adalah teknik korelasi *product moment* dan untuk mengetahui apakah nilai korelasi tiap-tiap pertanyaan itu signifikan, maka dapat dilihat nilai *product moment*. Untuk mengujinya menggunakan SPSS (Juliansyah, 2012:169)

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n\sum x^2 - [\sum x]^2} \sqrt{n\sum y^2 - [\sum y]^2}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi
- n = Jumlah responden
- x = variabel bebas

y = variabel terikat

Pada pengujian validitas ini digunakan 34 responden kemudian dihitung dengan rumus *pearson product moment*, kemudian membandingkan t hitung dengan t tabel, nilai t tabel ditentukan pada uji validitas ini 0,574 yang diperoleh dari koefisien. Kuesioner yang dinyatakan tidak valid akan dihapus dari kuesioner. Berikut hasil uji validitas instrument penelitian pada penelitian ini.

B. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dipergunakan untuk menguji konsistensi jawaban responden. Cara untuk mengukur konsistensi (reliabilitas) adalah dengan mengulang pertanyaan yang mirip pada urutan pertanyaan berikutnya, kemudian dilihat apakah jawaban responden konsisten atau tidak. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan *test-retest*, *equivalent* dan gabungan keduanya. (Sugiyono, 2010). Namun uji validitas pada penelitian ini dibantu dengan SPSS 17. Formula yang dipergunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen bisa dilihat dari Cronbach's Alpha, dimana instrumen dinyatakan *reliable* jika nilai *Cronbach's Alpha* minimal 0,6. (Muhidin, 2007:37).

Pada penelitian ini untuk mencari realibilitas instrument menggunakan rumus alpha " α ". Karena instrument dalam penelitian ini berbentuk angket yang skornya merupakan rentangan antara 1-5 dan uji validitas menggunakan item total, dimana untuk mencari realibilitas instrument yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian maka menggunakan rumus alpha :

$$\alpha = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(\frac{S_{r^2} - \sum S_i^2}{S_{x^2}} \right)$$

Keterangan:

- α : Realibilitas Instrumen
- K : Banyaknya butir pertanyaan/ soal
- $\sum S_i^2$: Jumlah varian butir
- S_{x^2} : Varian total (varian skor-skor tes seluruh item)

Teknik Pengumpulan Data

A. Data Primer

Data primer adalah data yang berasal langsung dari responden. Data primer yang merupakan data utama yang akan digunakan untuk analisis, diperoleh langsung dengan

menyebarkan kuesioner untuk diisi oleh responden yang dituju (target subjek). Data primer dibagi menjadi dua yaitu:

a. Kuesioner

Menurut Riduwan (2009:37) angket atau kuesioner adalah daftar pernyataan atau pertanyaan yang dikirimkan kepada responden baik secara langsung atau tidak langsung (melalui pos atau perantara). Pemberian kuesioner dilakukan secara langsung oleh peneliti melalui pengumpulan data dengan mengajukan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada pelanggan PT. Taman Kampung Artis. Kesungguhan responden dalam menjawab pertanyaan atau pernyataan merupakan hal yang penting, mengingat pengumpulan data ini dilakukan dengan kuesioner dan diharapkan data yang diperoleh dapat dianalisis dan diinterpretasikan untuk diambil kesimpulan.

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert dimana dalam pengisian kuesioner, responden menentukan tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia.

Kriteria penilaian untuk masing-masing indikator yang dinyatakan melalui pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner adalah sebagai berikut:

- SS = Sangat Setuju diberi skor 4
- S = Setuju diberi skor 3
- TS = Tidak Setuju diberi skor 2
- STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

Alasan peneliti tidak menggunakan pilihan ragu-ragu karena menurut Kriyantono (2010:139) skala *likert* dapat digunakan dengan meniadakan pilihan jawaban ragu-ragu, alasannya karena kategori ragu-ragu memiliki makna ganda, yaitu bisa diartikan belum bisa memberikan jawaban, netral, dan ragu-ragu (tidak menjelaskan jawaban responden yang sebenarnya secara pasti).

b. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian.

B. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dalam penelitian yang sifatnya melengkapai atau mendukung data primer.

Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh melalui jurnal, tesis, studi pustaka, internet dan data yang ada pada PT. Taman Kampung Artis *Rental Broadcasting Equipment Dan Shooting Location*. Data sekunder dapat diperoleh melalui :

a. Studi Pustaka

Studi Pustaka dilakukan untuk mencari dan mendapatkan data-data yang bersifat teoritis dan berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Dengan mempelajari literatur-literatur, jurnal-jurnal penelitian, bahan kuliah dan sumber-sumber lainnya dari internet yang berhubungan dengan penelitian.

Hipotesis Statistik

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara yang masih harus diuji kebenarannya. Adapun hipotesis statistiknya adalah sebagai berikut :

H1: Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

H₀ = 0, artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen (X₁) dengan variabel dependen (Y)

H₁ ≠ 0, artinya ada pengaruh antara variabel independen (X₁) dengan variabel dependen (Y)

H2: Variabel Kualitas Produk (X₂)

H₀ = 0, artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen (X₂) dengan variabel dependen (Y)

H₁ ≠ 0, artinya ada pengaruh antara variabel independen (X₂) dengan variabel dependen (Y)

H3: Variabel Kualitas Layanan (X₁), Kualitas Produk (X₂), terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

H₀ = 0, artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen (X₁,X₂) dengan variabel dependen (Y)

H₁ ≠ 0, artinya ada pengaruh antara variabel independen (X₁,X₂) dengan variabel dependen (Y)

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.

1. Uji Persyaratan Analisis

Uji persyaratan analisis bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang dipergunakan

dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat. Untuk mengetahui variabel-variabel yang layak digunakan dalam model regresi, digunakan uji asumsi klasik, uji yang digunakan sebagai berikut:

2. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2006). Model regresi yang baik adalah distribusi mendekati normal. Uji ini dilakukan dengan bantuan program for society science (SPSS) *metode normal probability plot (NPP)*.

Dasar pengambilan keputusan menurut Singgih Santoso (2010:214) yaitu :

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau garis histogramnya, maka model regresi memenuhi asumsi Normalitas
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya, maka model regresi tidak memenuhi asumsi Normalitas.

3. Uji Homogenitas

Uji Homogenitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan satu ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2006). Jika varians dari residu atau dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut *homoskedastisitas* . Dan jika varians berbeda maka disebut *heteroskedastisitas*.

Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi *heteroskedastisitas* (Ghozali, 2006). Salah satu cara untuk mendeteksi *heteroskedastisitas* adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terkait (dependen), yaitu ZPREAD dan nilai residualnya SRESID, yaitu dengan melihat pola titik-titik pada scatter plot regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 sumbu Y maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, hal ini diketahui dengan bantuan program *statistical program for society science (SPSS)*.

4. Pengujian Hipotesis

1. Uji Korelasi

Uji Korelasi merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya

hubungan timbal balik dari dua variabel atau lebih. Besar kecilnya hubungan antara dua variabel dinyatakan dalam bilangan yang disebut Koefisien korelasi.

2. Analisa Regresi Linier Berganda

Teknik ini digunakan bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Riduwan, 2009). Rumusnya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Bilangan Konstan (nilai y dalam hal $b_1X_1 + b_2X_2 + e = 0$)

b = Koefisien Regresi

X₁ = Skor variabel Kualitas Pelayanan

X₂ = Skor variabel Kualitas Produk

e = Pengaruh variabel – variabel lain

3. Uji t

Uji t ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan, serta Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk terhadap Kepuasan. Menurut Riduwan (2009) rumusnya adalah:

$$T_{hitung} = \frac{\bar{x} - \mu_0}{s / \sqrt{n}}$$

Keterangan:

t_{hitung} = Harga yang dihitung dan menunjukkan nilai standar deviasi dari distribusi t (tabel t)

\bar{x} = Rata-rata nilai yang diperoleh dari hasil pengumpulan data

μ_0 = Nilai yang dihipotesiskan

s = Standar deviasi sampel yang dihitung

n = Jumlah sampel penelitian

Regresi berganda dalam hal ini diuji dengan taraf signifikansi (α) sebesar 0.05.

Jika: $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq + t_{tabel}$ maka H₀ diterima dan H₁ ditolak (nonsignifikan) dan sebaliknya jika $t_{tabel} \geq t_{hitung} \geq + t_{tabel}$ maka H₀ ditolak dan H₁ diterima (signifikan).

4. Uji F

Uji hipotesis secara serentak menggunakan uji F (*F test*), di mana nilai

F_{hitung} dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tingkat keyakinan tertentu. Dari uji F ini selanjutnya diputuskan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel secara bersama-sama.

Langkah-langkah pengujian diawali dengan membuat formulasi hipotesis sebagai berikut:

- a. Menentukan hipotesis nihil (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).
 $H_0 : b_1 = b_2 = 0$, artinya variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
 $H_a : b_1 \neq b_2; H = 0$, artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Menentukan tingkat signifikan dengan F-tabel
- c. Mencari F-hitung
- d. Kesimpulan
 H_0 : diterima bila $F_{hitung} < F_{tabel}$,
 H_a ditolak.
 H_a : diterima bila $F_{hitung} > F_{tabel}$,
 H_0 ditolak.

Adapun uji F adalah dengan menggunakan metode analisis varian. F_{hitung} dapat diperoleh dengan rumus :

$$F_{hitung} = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-K-1)}$$

Di mana:

- F = Ukuran signifikansi dari koefisien Regresi berganda secara keseluruhan (simultan).
- K = Jumlah variabel bebas
- N = Jumlah sampel
- R^2 = Koefisien determinasi

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas Kualitas Peayanan (X_1), Kualitas Produk (X_2) secara bersama-sama terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Kaidah pengujian Signifikansi: jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai probabilitas $< 0,05$ maka α , H_0 ditolak (signifikan).

5. Koefisien Korelasi R dan Determinasi (R_2)

Dalam uji statistik masih diperlukan untuk mengetahui besarnya koefisien korelasi (R) dan determinasi (R_2) guna mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variabel terkait. Langkah selanjutnya mencari koefisien regresi untuk

masing-masing variabel bebas, yaitu untuk mengetahui variabel bebas mana yang memberikan sumbangan terbesar terhadap variabel tidak bebas.

Dalam penelitian ini koefisien kerelasi (R) dan determinasi (R_2) dapat diketahui seberapa kuat hubungan antara variabel tersebut dan untuk melihat hubungan antar variabel tersebut digunakan tabel berikut:

IV. Hasil Penelitian Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Taman Kampung Artis yang menyewa pada bulan Januari 2015 hingga Desember 2015. Responden terdiri dari berbagai Rumah Produksi (PH), Stasiun TV, Mahasiswa, karena PT. Taman Kampung Artis merupakan *rental broadcasting equipment dan shooting location* umum produksi sebuah film, sinetron, iklan yang banyak menjadi pilihan para Rumah Produksi (PH), stasiun TV, Mahasiswa, karena karena PT. Taman Kampung Artis memiliki konsisten dengan komitmen perusahaan untuk memberikan pelayanan terbaik dan terlengkap dalam memenuhi produksi *shooting*, yang menyediakan berbagai jenis kamera juga berbagai alat penunjang lainnya seperti *Screen, HMI, Jimmy Jib, Dinky Doly, Genset* dan sebagainya.

Kampung Artis terus mengembang usaha dengan konsisten untuk memberikan pelayanan terbaik dan terus menambah (*upgrading*) berbagai ala yang di butuhkan dalam produksi *shooting* yang disesuaikan dengan perkembangan teknologi terkini.

Jumlah responden Berdasarkan informasi yang diperoleh peneliti, jumlah pelanggan PT. Taman Kampung Artis *Rental Broadcasting Equipment Dan Shooting Location* adalah 34 pelanggan pada bulan Januari 2015 hingga Desember 2015. Karna jumlah populasi sampel tidak banyak maka penulis tidak menggunakan sampel dalam penelitian, tetapi menggunakan seluruh anggota populasi dari para pelanggan PT. Taman Kampung Artis *Rental Broadcasting Equipment Dan Shooting Location*.

Penyebaran kuesioner dilakukan guna memperoleh data primer yang dibutuhkan. Waktu penyebaran dilakukan bersamaan dengan waktu penelitian. Berdasar pada penyebaran kuesioner, dari 34 responden maka didapat data deskripsi umum responden. Deskripsi umum responden terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan. Pengelompokan yang

dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai deskripsi dan gambaran responden sebagai sampel dari sebuah penelitian.

Uji Persyaratan Analisis
Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dipergunakan untuk menguji konsistensi jawaban responden. Cara untuk mengukur konsistensi (reliabilitas) adalah dengan mengulang pertanyaan yang mirip pada urutan pertanyaan berikutnya, kemudian dilihat apakah jawaban responden konsisten atau tidak. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan *test-retest*, *equivalent* dan gabungan keduanya. (Sugiyono, 2010). Namun uji validitas pada penelitian ini dibantu dengan SPSS 17. Formula yang dipergunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen bisa dilihat dari Cronbach's Alpha, dimana instrumen dinyatakan *reliable* jika nilai *Cronbach's Alpha* minimal 0,6. (Muhidin, 2007:37).

Tabel 1
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary			
Cases		N	%
Valid	Valid	34	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	34	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.758	14

Sumber : diolah dari data primer

Dari hasil uji reliabilitas untuk variabel Kualitas Pelayanan dengan 14 item pernyataan. Maka, semua item pernyataan dinyatakan reliabel dengan kata lain dari variabel Kualitas Pelayanan tidak ada item pernyataan yang dihapus atau dihilangkan karena nilai Alpha Cronbach untuk keseluruhan item sebesar $0.758 > 0.6$ (ketentuan minimum nilai Alpha Cronbach) dengan kriteria sangat tinggi.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Case Processing Summary			
Cases		N	%
Valid	Valid	34	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	34	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.762	12

Sumber : diolah dari data primer

Dari hasil uji reliabilitas untuk variabel Kualitas Produk dengan 12 item pernyataan. Maka, semua item pernyataan dinyatakan reliabel dengan kata lain dari variabel Kualitas Produk tidak ada item pernyataan yang dihapus atau dihilangkan karena nilai Alpha Cronbach untuk keseluruhan item sebesar $0.762 > 0.6$ (ketentuan minimum nilai Alpha Cronbach) dengan kriteria sangat tinggi.

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Case Processing Summary			
Cases		N	%
Valid	Valid	34	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	34	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.774	9

Sumber : diolah dari data primer

Dari hasil uji reliabilitas untuk variabel Kepuasan Pelanggan dengan 9 item pernyataan. Maka, semua item pernyataan dinyatakan reliabel dengan kata lain dari variabel Kepuasan Pelanggan tidak ada item pernyataan yang dihapus atau dihilangkan karena nilai *Alpha Cronbach* untuk keseluruhan item sebesar $0.774 > 0.6$ (ketentuan minimum nilai *Alpha Cronbach*) dengan kriteria sangat tinggi.

Tabel 4
Ringkasan Hasil Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Batasan minimum	Reliabilitas
Kualitas Pelayanan	0.758	0.6	Reliabel
Kualitas Produk	0.762	0.6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.774	0.6	Reliabel

Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui bahwa sampel yang diambil dari populasi berdistribusi normal atau tidak.

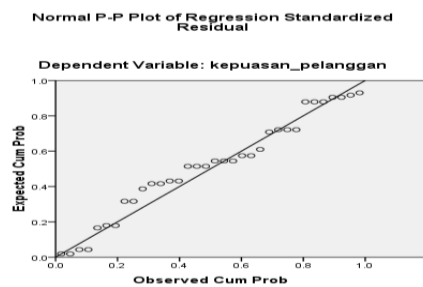
Pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik P-P Plot atau biasa dinamakan *normality plot*.

Untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) keduanya mempunyai distribusi normal dapat dilihat pada grafik histogram maupun grafik normal P-P Plot.

Distribusi data haruslah normal atau mendekati normal untuk memenuhi asumsi normalitas. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

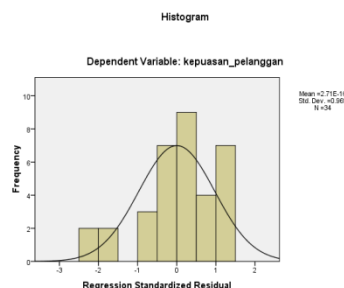
- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 1
Grafik Uji Normalitas



Dari Gambar 1 dapat dilihat bahwa adanya titik-titik yang menyebar dan disekitar garis diagonal serta penyebarannya pun mengikuti arah garis diagonal. Hal tersebut membuktikan bahwa model regresinya telah memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 2
Grafik Histogram Variabel Kepuasan Pelanggan



Dari hasil uji normalitas diatas terlihat bahwa skor Kepuasan Pelanggan memiliki *P-value* = 0.200 untuk Uji Normalitas

Lliefors (Kolmogorov-Smirnov) dan *P-value* = 0.105 untuk Uji Shapiro-Wilk. Kedua *P-value* lebih besar dari $\alpha = 0.05$, sehingga: data dari populasi diatas berdistribusi normal.

Uji Homogenitas Data

Uji Homogenitas dimaksudkan untuk menunjukkan bahwa dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang sama. Uji homogenitas termasuk syarat untuk bisa dilakukan analisis regresi yang membutuhkan alat regresi untuk setiap pengelompokan berdasarkan variabel terikatnya memiliki variasi yang sama.

Tabel 5
Uji Homogenitas antara X1 dengan Y

Test of Homogeneity of Variances

kepuasan_pelanggan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
4.785	5	27	.003

Berdasarkan output di atas diketahui bahwa nilai signifikansi variabel Kepuasan Pelanggan (Y) berdasarkan variabel Kualitas Pelayanan (X₁) = 0,003 < 0,05, artinya data variabel Kepuasan Pelanggan (Y) berdasarkan Kualitas Pelayanan (X₁) mempunyai varian yang tidak sama.

Tabel 6
Uji Homogenitas antara X2 dengan Y

Test of Homogeneity of Variances

kepuasan_pelanggan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.597	5	27	.048

Berdasarkan output di atas diketahui bahwa nilai signifikansi variabel Kepuasan Pelanggan(Y) berdasarkan variabel Kualitas Produk (X₂) = 0,048 > 0,05, artinya data variabel Kepuasan Pelanggan (Y) berdasarkan Kualitas Produk (X₂) mempunyai varian yang sama.

Uji Multikolinearitas

Tujuan uji asumsi multikolinearitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala *multikolinearitas* maka dilakukan dengan melihat *Variance Inflation Factor* (VIF), bila nila VIF lebih kecil dari 5 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 7
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	25.610	5.215			4.911	.000		
kualitas_pelayanan	-.077	.543	-.121		-.142	.888	.044	22.965
kualitas_produk	.173	.621	.237		.278	.783	.044	22.965

a. Dependent Variable: kepuasan_pelanggan

Berdasarkan Tabel 7 Dari Output diatas dapat dilihat bahwa nilai Tolerance ketiga variable lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10. Maka, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas anatarvariabel bebas. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi linier tersebut bebas dari multikolinieritas atau tidak terjadi korelasi diantara satu dengan yang lain.

Uji Heteroskedasitas

Dalam analisis regresi berganda untuk mendapatkan hasil yang baik selain tidak terjadi *multikolinieritas*, maka varians dalam komponen penggangguanya harus sama (*homokedastisitas*). Jika asumsi ini tidak bisa dipenuhi maka terjadi *heterokedastisitas*.

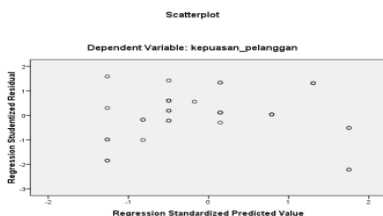
Tabel 8.
Uji Heteroskedasitas

		Correlations				
Spearmans rho	Unstandardized Predicted Value	kualitas_pelayanan	kualitas_produk	kepuasan_pelanggan		
	Correlation Coefficient	1.000	.977**	.998**	.195	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.289	
	N	34	34	34	34	
kualitas_pelayanan	Correlation Coefficient	.977**	1.000	.987**	.135	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.445	
	N	34	34	34	34	
kualitas_produk	Correlation Coefficient	.998**	.987**	1.000	.179	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.312	
	N	34	34	34	34	
kepuasan_pelanggan	Correlation Coefficient	.195	.135	.179	1.000	
	Sig. (2-tailed)	.289	.445	.312		
	N	34	34	34	34	

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari Hasil Output diatas dapat dilihat bahwa korelasi antara variabel X₁ dan X₂ dengan Y lebih dari 0,05. Karena signifikan lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problrm heteroskedastisitas.

Gambar 3
Grafik Uji Heterokedastisitas



Adapun pedomannya dengan melihat pola tertentu pada grafik *heterokedastisitas* diatas. Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk

suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi *heterokedastisitas*.

- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka pada sumbu Y, maka tidak terjadi *heterokedastisitas*.

Dari Gambar 3 terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk pola tertentu yang jelas, seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit. Selain itu titik-titik tersebut menyebar diatas dan dibawah angka pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi *heterokedastisitas*.

Pengujian Hipotesis
Uji Korelasi

Uji Korelasi merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya hubungan timbal balik dari dua variabel atau lebih. Besar kecilnya hubungan antara dua variabel dinyatakan dalam bilangan yang disebut Koefisien korelasi.

Tabel 9
Uji Korelasi Variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y)

		Correlations		
		kualitas_pelayanan	kualitas_produk	kepuasan_pelanggan
kualitas_pelayanan	Pearson Correlation	1	.978**	.111
	Sig. (2-tailed)		.000	.532
	N	34	34	34
kualitas_produk	Pearson Correlation	.978**	1	.119
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.503
	N	34	34	34
kepuasan_pelanggan	Pearson Correlation	.111	.119	1
	Sig. (2-tailed)	.532	.503	
	N	34	34	34

Dari tabel 9 di atas dapat dilihat hasil korelasi semua variabel independen memiliki signifikan kurang dari 0,05. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa semua variabel independen memiliki korelasi dengan kepuasan pelanggan dengan tingkat nilai korelasi yang berbeda.

- a. Kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan 0,00 < 0,05 dan memiliki besar hubungan 0,111, dengan demikian kualitas pelayanan memiliki korelasi dengan kepuasan pelanggan.
- b. Kualitas produk dengan kepuasan pelanggan, kualitas produk memiliki nilai signifikan 0,00 < 0,05 dan memiliki besar hubungan 0,119, dengan demikian kualitas produk memiliki korelasi dengan kepuasan pelanggan.

c. Kualitas pelayanan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan $0,00 < 0,05$ dan memiliki besar hubungan $0,978$. Dengan demikian kualitas pelayanan memiliki korelasi dengan kualitas produk.

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda (*Multiple Linear Regression Analysis*) merupakan pengembangan dan analisis regresi sederhana dimana terdapat lebih dari satu variabel independen x. Secara umum model regresi linier berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Bilangan Konstan

(nilai y dalam hal $b_1X_1 + b_2X_2 + e = 0$)

b = Koefisien Regresi

X_1 = Skor variabel Kualitas Pelayanan

X_2 = Skor variabel Kualitas Produk

e = Pengaruh variabel – variabel lain.

Analisis Regresi berganda digunakan untuk melihat pengaruh sejumlah variabel independen X_1, X_2 terhadap variabel dependen y atau juga untuk memprediksi nilai suatu variabel dependen y berdasarkan nilai variabel-variabel independen X_1 dan X_2 . Perhitungan regresi linier berganda digunakan untuk memprediksi besarnya hubungan antara variabel terikat (dependen) yaitu Kepuasan Pelanggan (Y), dengan variabel bebas (independen) yaitu Kualitas Pelayanan (X_1), Kualitas Produk (X_2). Dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda dilakukan dengan bantuan program SPSS 17 dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel. 10
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1							
(Constant)	25.610	5.215		4.911	.000		
kualitas_pelayanan	-.077	.543	-.121	-.142	.888	.044	22.965
kualitas_produk	.173	.621	.237	.278	.793	.044	22.965

a. Dependent Variable: kepuasan_pelanggan

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 10. diperoleh koefisien regresi (a) sebesar 25.610, koefisien b1 sebesar -0,121, koefisien dan b2 sebesar -0.237. Sehingga dapat diperoleh model persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = 25.610 - 0,121 X_1 + 0,237 X_2$$

Intrepretasi dari persamaan regresi linier tersebut adalah sebagai berikut:

1. Y = Kepuasan Pelanggan

Variabel terikat yang nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas. Pada penelitian ini variabel terikat adalah

Kepuasan Pelanggan, nilainya akan diprediksi oleh variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y).

2. Nilai Konstanta = 25.610

Konstanta (a) sebesar 25.610 menyatakan bahwa jika Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan memiliki nilai nol maka Loyalitas Pelanggan mempunyai nilai sebesar 25.610.

3. $b_1 = -0,121$

Koefisien regresi (b_1) Sebesar 0,121 dengan tanda negatif berarti bahwa setiap kenaikan Kualitas Pelayanan satu satuan maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) akan turun sebesar 0.121 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

4. $b_2 = 0.237$

Koefisien regresi (b_2) sebesar 0.237 dengan tanda positif berarti bahwa setiap kenaikan Kualitas Produk maka variabel Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar 0,237 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan kata lain, Pengujian hipotesis ini untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh sendiri-sendiri terhadap variabel terikat dan variabel independen (bebas) manakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan.

Tabel. 11
Uji t

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1							
(Constant)	25.610	5.215		4.911	.000		
kualitas_pelayanan	-.077	.543	-.121	-.142	.888	.044	22.965
kualitas_produk	.173	.621	.237	.278	.793	.044	22.965

a. Dependent Variable: kepuasan_pelanggan

Dari hasil Uji t dari tabel 4.16. dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut :

Dasar Pengambilan Keputusan untuk Uji t Parsial dalam Analisi Regresi. Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel

- Jika nilai t hitung > t tabel maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

- Jika nilai t hitung $<$ t tabel maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

Berdasarkan nilai signifikansi hasil output SPSS

- Jika nilai Sig. $<$ 0,05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat
- Jika nilai Sig. $>$ 0,05 maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

Dengan melihat output di atas berarti terdapat dua hipotesis [Ha] yang diajukan dalam uji t ini:

1. H1 = Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) - [disebut uji t pertama]
2. H2 = Kualitas Produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) - [disebut uji t kedua]
3. H3 = Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan output coefficients di atas, diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X_1) adalah sebesar 0,7 bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh positif terhadap kinerja Kepuasan Pelanggan (Y). Pengaruh positif diartikan, bahwa semakin meningkat Kualitas Pelayanan (X_1) maka akan meningkat pula Kepuasan Pelanggan (Y).

Hipotesis (Dugaan) dalam uji t Pertama adalah:

H0 = Kualitas Pelayanan (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), karena nilai Sig. $>$ 0,05

H1 = Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), nilai Sig. $<$ 0,05

Hipotesis (Dugaan) dalam uji t kedua adalah:

H0 = Kualitas Produk (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), karena nilai Sig. $>$ 0,05

H1 = Kualitas Produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), karena nilai Sig. $>$ 0,05

H0 diterima dan H1 ditolak jika nilai t hitung $<$ t tabel atau jika nilai Sig. $>$ 0,05

H0 ditolak dan H1 diterima jika nilai t hitung $>$ t tabel atau jika nilai Sig. $<$ 0,05

Hasil dan Pengambilan Keputusan dalam Uji t pertama

Berdasarkan hasil analisis regresi di peroleh nilai signifikansi (sig) 0,888 $<$ 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, Yang Artinya citra perusahaan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil dan Pengambilan Keputusan dalam Uji t kedua

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai signifikansi (sig) 0,783 $<$ 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak, yang berarti kualitas produk (X_2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Uji F

Pengujian hipotesis ini yaitu untuk mengetahui pengaruh antara seluruh variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat). Dalam hipotesis penelitian ini, diduga bahwa seluruh variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan variabel Kualitas produk (X_2) secara simultan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil pengujian hipotesis F dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel. 12
Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.918	2	1.459	.233	.794 ^a
	Residual	194.523	31	6.275		
	Total	197.441	33			

a. Predictors: (Constant), kualitas_produk, kualitas_pelayanan
b. Dependent Variable: kepuasan_pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan yang dapat dilihat pada tabel 12 menunjukkan Pengujian dilakukan menggunakan distribusi F dengan cara membandingkan nilai F-hitung yang diperoleh dari hasil regresi dengan F-tabelnya. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa F-hitung (F-Statistik) sebesar 0,233 dan F-Tabel dengan $N_1=2$ $N_2=31$ pada level 0,05 adalah 3,30 dengan demikian F-Hitung (0,233) $<$ F-Tabel (3,30) artinya semua variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dengan kata lain, variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan kepuasan kualitas produk (X_2) secara bersama-sama tidak signifikan mempengaruhi kinerja Kepuasan Pelanggan (Y).

Koefisien Korelasi R dan Determinasi (R^2)

Dalam uji statistik masih diperlukan untuk mengetahui besarnya koefisien

korelasi (R) dan determinasi (R²) guna mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variabel terkait. Langkah selanjutnya mencari koefisien regresi untuk masing-masing variabel bebas, yaitu untuk mengetahui variabel bebas mana yang memberikan sumbangan terbesar terhadap variabel tidak bebas.

Dengan kata lain Koefisien determinasi berganda (R²) digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari keseluruhan variabel bebas pengaruhnya terhadap variabel terikat (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji R² dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel. 13
Uji R²

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.122 ^a	.015	-.049	2.50498	2.161

a. Predictors: (Constant), kualitas_produk, kualitas_pelayanan
b. Dependent Variable: kepuasan_pelanggan

Berdasarkan Tabel 13 dapat diketahui bahwa determinasinya (R²) sebesar 0,049 atau 04,5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk secara simultan atau bersama-sama mampu menjelaskan hubungan Kepuasan Pelanggan hanya sebesar (0,049x100%) sangat rendah Dan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak diteliti.

V. Penutup
Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sehubungan dengan hasil penelitian Hubungan Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pelanggan PT. Taman Kampung Artis Rental *Broadcasting Equipment Dan Shooting Location*. Maka Dapat Dapat Disimpulkan Sebagai Berikut:

1. Kualitas Pelayanan Mempunyai Pengaruh yang tidak signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa PT. Taman Kampung Artis Rental *Broadcasting Equipment Dan Shooting Location*. Artinya, Jika Kualitas Pelayanan Naik Maka Kepuasan Pelanggan Pun Naik, namun tidak secara signifikan, Dan Sebaliknya.
2. Kualitas Poduk Mempunyai Pengaruh yang tidak signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa PT. Taman Kampung Artis Rental *Broadcasting Equipment Dan Shooting*

Location. Artinya, Jika Kualitas Produk Naik Maka Kepuasan Pelanggan Pun Naik Namun tidak secara signifikan, dan sebaliknya

3. Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Poduk Secara Bersama-Sama Mempunyai Pengaruh yang tidak signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa PT. Taman Kampung Artis Rental *Broadcasting Equipment Dan Shooting Location*. Artinya, Jika Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Naik Maka Kepuasan Pelanggan pun naik namun tidak secara signifikan.

Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, disampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Berdasarkan kesimpulan penelitian yang dilakukan terhadap pengguna jasa Jasa PT. Taman Kampung Artis Rental *Broadcasting Equipment Dan Shooting Location*, Jasa PT. Taman Kampung Artis Rental *Broadcasting Equipment Dan Shooting Location* perlu meningkatkan Kualitas Pelayanan secara sekompetitif mungkin, serta meningkatkan Kualitas Produk agar Kepuasan Pelanggan meningkat, sehingga mendapatkan keuntungan lebih besar dari sebelumnya.
2. Penelitian berikutnya disarankan menggunakan variabel lain selain yang telah diteliti dalam penelitian dan dengan obyek penelitian yang berbeda.
3. Penelitian mendatang sebaiknya menambahkan metode lain sehingga akan lebih banyak ilmu yang akan dihasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

Ghozali. 2006. Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS (4th ed). Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro Q.
Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Prenada Media Group.
Kotler, Philip, (2007). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 Edisi Kedua belas, Terjemahan oleh Benyamin Molan, New Jersey: Prentice Hall, Inc,
Kotler, Philip and Armstrong, Gary, (2007). *Dasar-dasar Pemasaran* , Jilid 2 Edisi Kesembilan, Terjemahan oleh

- Alexander Sindoro, New Jersey:
Prentice Hall Inc..
- Lupiyoadi, R & Hamdani, A. (2006).
Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta:
Salemba Empat.
- Priyanto, Duwi. (2009). *Belajar Olah Data
dengan SPSS 17*. Yogyakarta: ANDI.
- Riduwan., (2002). *Skala Pengukuran
Variabel-Variabel Penelitian*.
Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian
Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
Bandung:
Alfabeta.
- Sujianto Eko Agus. (2009). *Aplikasi
Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta:
PT. Prestasi Pustakaraya.
- Tjiptono, Fandy, (2005). *Service, Quality
dan Satisfaction*. Yogyakarta:
Penerbit Andi.
- Zeithaml, Valarie A and Mary Jo Bitner,
(2001) *Services Marketing :
Integrating Customer Focus Across
The Firm*. USA : McGraw-Hill
Companies Inc., 1st ed.,